INDUSTRY

PROFILE

Major Appliances

90-00492/

Regional Offices

Newfoundland

Parsons Building
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: (709) 772-4053

Prince Edward Island

Confederation Court Mall
Suite 400
134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel: (902) 566-7400

Nova Scotia

1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: (902) 426-2018

New Brunswick

770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON
New Brunswick
E1C 8P9
Tel: (506) 857-6400

Quebec

Tour de la Bourse
P.O. Box 247
800, place Victoria
Suite 3800
MONTRÉAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel: (514) 283-8185

Ontario

Dominion Public Building
4th Floor
1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel: (416) 973-5000

Manitoba

330 Portage Avenue
Room 608
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel: (204) 983-4090

Saskatchewan

105 - 21st Street East
6th Floor
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 0B3
Tel: (306) 975-4400

Alberta

Cornerpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
EDMONTON, Alberta
T5J 3S3
Tel: (403) 420-2944

British Columbia

Scotia Tower
9th Floor, Suite 900
P.O. Box 11610
650 West Georgia St.
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel: (604) 666-0434

Yukon

108 Lambert Street
Suite 301
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel: (403) 668-4655

Northwest Territories

Precambrian Building
P.O. Bag 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 1C0
Tel: (403) 920-8568

For additional copies of this profile contact:

Business Centre
Communications Branch
Industry, Science and Technology Canada
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5

Tel: (613) 995-5771

PU 3064

INDUSTRY PROFILE

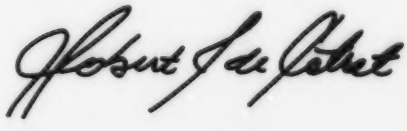
MAJOR APPLIANCES

1988

FOREWORD

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to survival and growth. This Industry Profile is one of a series of papers which assess, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological and other key factors, and changes anticipated under the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the papers.

The series is being published as steps are being taken to create the new Department of Industry, Science and Technology from the consolidation of the Department of Regional Industrial Expansion and the Ministry of State for Science and Technology. It is my intention that the series will be updated on a regular basis and continue to be a product of the new department. I sincerely hope that these profiles will be informative to those interested in Canadian industrial development and serve as a basis for discussion of industrial trends, prospects and strategic directions.



Minister

Canada

1. Structure and Performance

Structure

The major appliance industry consists of the manufacturers of refrigerators, ranges, washers, dryers, dishwashers, freezers, microwave ovens, air conditioners, humidifiers and dehumidifiers. Similar products for the commercial/industrial market are not included in this profile.

In 1986, shipments by Canadian major appliance manufacturers totalled $913 million, approximately 88 percent ($804 million) of which was destined for the domestic market. The remaining 12 percent ($109 million) was shipped mainly to the United States and the United Kingdom.

Imports of major appliances in the same year, mostly microwave ovens, large deluxe refrigerators not manufactured in Canada and small (0.05 m^3 to 0.14 m^3) refrigerators, totalled $423 million and came largely from the United States (57 percent) and Japan (30 percent).

The current market for major appliances in Canada is $1.2 billion. It has been increasing slowly but steadily since 1980 at an annual rate of two percent to five percent, except for 1982, when the market experienced a significant recession. Throughout this time, Canadian manufacturers maintained their share of the domestic market at approximately 66 percent.

New products and dramatic improvements to existing products are the exception in this industry (the microwave oven is the only new product in the last 15 years). In addition, the market saturation levels for existing products are high (99 percent for refrigerators and stoves, 77 percent for washers and dryers, and 57 percent for freezers). Thus, the Canadian market for major appliances is determined by two main factors: the replacement of existing appliances, which represents about 60 percent of the market, and housing starts, which account for the remaining 40 percent.

This relationship has remained constant over the past 10 years. The replacement market is reasonably predictable in that major appliances are designed and manufactured to last 15 to 20 years, providing a fairly firm base upon which to project the total market. The part of the market governed by housing starts is less predictable, because it depends on a variety of economic factors that are subject to relatively rapid change.

The major appliance industry uses traditional distribution channels to deliver its products to market. The retail market (largely the replacement market) is served by chain and department stores, and independent retailers, all of whom offer service as an important part of the marketing mix. These stores are supplied directly by the manufacturer. The housing start market is served by distributors (in competition with the manufacturers) which specialize in large orders, with price being the key marketing determinant. In addition, local distributors provide the large property owner or manager with replacement units as they become necessary.

The Canadian industry consists of nine manufacturers. Three are firms that manufacture a full line of appliances; the other six are smaller and manufacture a limited or select line of products.

The three major firms are all subsidiaries of foreign appliance manufacturers. They dominate Canadian domestic shipments with a combined market share of 60 percent. These firms operate nine manufacturing plants in Canada — three in Quebec and six in Ontario.

Industry, Science and Technology Canada
Industrie, Sciences et Technologie Canada

The six smaller, mostly Canadian-owned firms operate eight separate plants — seven in Ontario and one in British Columbia — which together control six percent of the Canadian market.

The industry's current production facilities have benefited from the substantial re-investment in plant and equipment that has been undertaken in the past few years. However, in general, Canadian facilities suffer in comparison with those of the larger U.S. and European firms, which can take advantage of long production runs and labour-saving automated equipment. In 1986, the Canadian industry employed approximately 9000 mostly semi-skilled workers.

Canadian production facilities are restricted largely to the forming and stamping of metal for the manufacture of appliances and assembly operations. All the inputs into the manufacturing process (steel, electric motors, controls) are purchased from Canadian sources, with the exception of compressors, which are imported from a variety of foreign sources.

Performance

The main factors affecting performance in this industry are cost of production, energy efficiency and design. Investment in new plant and equipment increased from $19 million per year in 1980 to $36 million in 1986. Total employment fell from 13 824 to approximately 9000, reflecting the success of the industry in streamlining and modernizing its operations. From 1980 to 1984 (the latest year for which profit data are available), net after-tax profits increased, as a percentage of shipments, from 0.5 percent to 4.2 percent. The industry has maintained its share of the Canadian market at approximately 66 percent during the 1980s, through the energy efficiency and aesthetic design of its products.

In 1986, there were signs that the industry might be undergoing a fundamental change. Between 1985 and 1986, exports jumped by 56 percent, while imports increased from 27.4 percent to 34.5 percent of the market. The increase in exports can be at least partially explained by the success of a few Canadian companies in market niches such as freezers, refrigerators of certain sizes and large clothes dryers. The increase in imports is due to the success of the United States and Japan in exporting microwave ovens. It is not yet clear whether this change reflects a short-term aberration in the long-term trend or the beginning of a fundamental change.

2. Strengths and Weaknesses

Structural Factors

The key competitive elements for a manufacturer are size, degree of specialization, process automation, parts supply infrastructure and access to market channels.

Major Canadian plants, although one-fifth the size of U.S. plants, are sufficiently large to achieve competitive economies of scale if they devote their facilities to one product line. At the present time, 75 percent of the U.S. plants are single-product-line operations, while the majority of the Canadian plants produce several product lines and thus are not able to exploit economies of scale as effectively. The Canadian manufacturers that have been successful in the United States are those specializing in single-product lines such as freezers and air conditioners.

The level of process automation in the Canadian industry is low in comparison with its American counterpart. The relatively small and diversified Canadian market, and the inaccessibility of the larger U.S. market to Canadian subsidiaries of American parents, have worked against large-scale automation.

In the United States, most component sourcing is carried out within 200 kilometres of the plants, since most American plants have instituted an inventory-reduction process based on the concept of "just-in-time" inventory. In Canada, supply networks are more extended, particularly for the higher-value items such as compressors, which are generally imported.

The distribution system in the United States is more diversified than in Canada. The major manufacturers, such as Whirlpool and General Electric, have their own distribution networks, sales outlets and brand labels. In addition, there are a number of retail outlets that buy products directly from the manufacturers.

In general, Canadian manufacturers do not have access to the marketing channels operated by the major U.S. manufacturers. This is because they are excluded from the marketplace by their U.S. parents or, in the case of the smaller firms, because they manufacture a product that competes directly with the American firm. In Canada, the retail chains account for the majority of appliance sales; they have their own distribution networks and brand names. However, these distribution channels are available to all manufacturers.

In spite of certain inherent weaknesses, the Canadian industry also has a number of strengths. As previously mentioned, there has been significant investment in new plants and equipment, together with a consolidation of production facilities which have resulted in major gains in productivity. Also, an active R&D program, focusing on quality and energy efficiency plus emphasis on design, has resulted in products with a high level of customer acceptance.

Trade-related Factors

The current tariff on most major appliances imported into Canada is 12.5 percent. U.S. tariffs range from zero for electric stoves to 5.1 percent for electric dryers. European Community (E.C.) tariffs are 3.8 to 5.1 percent, while the Japanese tariff is 2.2 percent. The Canadian tariff on products from the Republic of Korea is 8.0 percent.

Although both the United States and Canada require that major appliances meet domestic electrical and safety standards, trade between the two countries in these products does not face significant non-tariff barriers (NTBs).

Exports to Europe are subject to NTBs, such as cumbersome safety-testing procedures and bureaucratic approval processes. Similarly, the Japanese market is virtually closed because of protectionist policies and highly complex electrical standards. As these requirements would necessitate a virtual re-design of the product, they are significant deterrents to exports when considered in relation to the size of the market.

Under the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA), tariffs will be eliminated over 10 years. Revised rules of origin will require that 50 percent of the direct manufacturing cost be incurred in Canada or the United States for exports to qualify for duty-free treatment.

Technological Factors

The product technology in the American and Canadian industries is at the same level of sophistication. The North American marketplace is somewhat behind the European market in accepting the cost of more sophisticated electronic controls in major appliances. As a result, the North American manufacturers have not included European advances in the majority of their products.

Over the past few years, the Canadian industry has invested considerable sums in improving the production processes of its plants. The result has been a lowering of the cost of production and a general increase in the efficiency of the industry. However, these activities have been undertaken with a view to serving a Canadian marketplace. A good deal of additional investment will be necessary to compete successfully with U.S. firms in a North American marketplace.

3. Evolving Environment

Two trends in the Canadian major appliance industry are the impetus given to manufacturing improvements and the ongoing amalgamation of some major manufacturers, which have created production overcapacity in a saturated domestic market. As a result, Canadian manufacturers now give exports a high priority, considering them as a means of using their improved production capacity.

There has been an appreciable increase in research and development (R&D) activity, especially in the areas of product design and the use of microprocessor controls. This new concentration on R&D is expected to have considerable impact on the industry in the form of significant changes to existing products.

The FTA is anticipated to have a major impact, giving rise to an expanded market for Canadian manufacturers. This new market opportunity will require considerable investment in capital equipment and in improved process technology to enable the Canadian industry to be competitive on a North American scale. It is expected that the outcome will be a review of the range of products currently being produced — resulting in a reduction in the variety manufactured, as well as a concentrated effort to increase exports.

4. Competitiveness Assessment

At present, the Canadian major appliance industry is not competitive with its U.S. counterpart in a North American context and requires the current tariff rate of 12.5 percent to survive. The industry is dominated by a group of branch-plant suppliers that sell a number of products to a relatively small domestic market, which is mature and saturated with few growth possibilities. The long-term survival of these firms will depend on their ability to adapt to the international aspect of this market. The smaller, more specialized Canadian-owned firms already compete successfully in North America.

The FTA is expected to compel this industry to rationalize its operations on a North American basis and to become internationally competitive. The freight costs associated with serving a large portion of the North American market from one location are not expected to be significant factors as this practice is common in the industry. With a 10-year phase-in period, the industry is likely to become world-class and competitive.

For further information concerning the subject matter contained in this profile, contact:

Surface Transportation and Machinery Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Major Appliances
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5

(613) 954-3321

PRINCIPAL STATISTICS

SIC(s) COVERED: 332

	1971	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Establishments	33	67	34	26	24[e]	24[e]	22[e]
Employment	11 895	12 843	9 872	10 719	9 000[e]	8 500[e]	9 000[e]
Shipments ($ millions)	349	877	737	924	906	912	913
Gross domestic product (constant 1981 $ millions)	266.0	356.6	261.5	294.8	264.8	262.2	272.5
Investment ($ millions)	6.4	14.8	14.8	24.7	36.7	38.4	35.8
Profits after tax							
($ millions)	6.0	13.2	19.5	50.9	38.5	N/A	N/A
(% of shipments)	1.7	1.5	2.6	5.5	4.2	N/A	N/A

TRADE STATISTICS

	1971	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Exports ($ millions)	9.8	67.0	57.3	66.1	67.5	70.0	109.4
Re-exports ($ millions)	0.6	1.4	1.6	1.2	1.8	1.2	2.8
Domestic shipments ($ millions)	339.2	810.0	679.7	857.9	838.5	842.0	803.6
Imports ($ millions)*	73.1	220.1	167.4	214.0	264.3	317.7	423.3
Canadian market ($ millions)	412.3	1 030.1	847.1	1 071.9	1 102.8	1 159.7	1 226.9
Exports as % of shipments	2.8	7.6	7.8	7.2	7.5	7.7	12.0
Imports as % of domestic market*	17.7	21.4	19.8	20.0	24.0	27.4	34.5

Source of imports[e] (% of total value)		U.S.	Japan	Taiwan	Republic of Korea
	1981	77	22	—	1
	1982	65	29	4	2
	1983	68	26	4	2
	1984	67	27	4	2
	1985	63	27	5	5
	1986	57	30	1	12

Destination of exports[e] (% of total value)		U.S.	U.K.	Australia	Saudi Arabia
	1981	78	12	4	6
	1982	83	9	5	3
	1983	90	6	3	1
	1984	91	4	2	3
	1985	94	3	2	1
	1986	90	7	2	1

(continued)

REGIONAL DISTRIBUTION — Average over the last 3 years

	Atlantic	Quebec	Ontario	Prairies	B.C.
Establishments – % of total	—	30	67	—	3
Employment – % of total	—	31	68	—	1
Shipments – % of total	—	31	68	—	1

MAJOR FIRMS

Name	Ownership	Location of Major Plants
Camco Inc.	49.5% Canadian 50.5% American	Montréal, Quebec Hamilton, Ontario Orangeville, Ontario
Inglis Limited	29% Canadian 71% American	Montmagny, Quebec Toronto, Ontario Port Credit, Ontario Cambridge, Ontario
W.C.I. Canada Limited	100% Swedish	L'Assomption, Quebec Cambridge, Ontario
W.C. Wood Company Limited	100% Canadian	Guelph, Ontario
I.C.G. KeepRite Inc.	100% Canadian	Brantford, Ontario
General Freezer Limited	100% Canadian	Woodbridge, Ontario

e Estimate.
N/A Not available.
* Includes components and sewing machines.

Note: Statistics Canada data have been used in preparing this profile.

PROFIL
DE L'INDUSTRIE

Appareils électroménagers

Canada

Bureaux régionaux

Terre-Neuve

Parsons Building
90, avenue O'Leary
C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-4053

Île-du-Prince-Édouard

Confederation Court Mall
134, rue Kent
bureau 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400

Nouvelle-Écosse

1496, rue Lower Water
C.P. 940, succ. M
HALIFAX
(Nouvelle- Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-2018

Nouveau-Brunswick

770, rue Main
C.P. 1210
MONCTON
(Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-6400

Québec

Tour de la Bourse
800, place Victoria
bureau 3800
C.P. 247
MONTRÉAL (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185

Ontario

Dominion Public Building
1, rue Front ouest
4e étage
TORONTO (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-5000

Manitoba

330, avenue Portage
bureau 608
C.P. 981
WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-4090

Saskatchewan

105, 21e Rue est
6e étage
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 0B3
Tél. : (306) 975-4400

Alberta

Cornerpoint Building
10179, 105e Rue
bureau 505
EDMONTON (Alberta)
T5J 3S3
Tél. : (403) 420-2944

Colombie-Britannique

Scotia Tower
9e étage, bureau 900
C.P. 11610
650, rue Georgia ouest
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0434

Yukon

108, rue Lambert
bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 1C0
Tél. : (403) 920-8568

Pour obtenir des exemplaires de ce profil, s'adresser au :

Centre des entreprises
Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5

Tél. : (613) 995-5771

PU 3064

PROFIL
DE L'INDUSTRIE
APPAREILS ÉLECTROMÉNAGERS

1988

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution actuelle des échanges commerciaux et leur dynamique, l'industrie canadienne, pour survivre et prospérer, se doit de soutenir la concurrence internationale. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents qui sont des évaluations sommaires de la compétitivité de certains secteurs industriels. Ces évaluations tiennent compte de facteurs clés, dont l'application des techniques de pointe, et des changements qui surviendront dans le cadre de l'Accord de libre-échange. Ces profils ont été préparés en consultation avec les secteurs industriels visés.

Cette série est publiée au moment même où des dispositions sont prises pour créer le ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, fusion du ministère de l'Expansion industrielle régionale et du ministère d'État chargé des Sciences et de la Technologie. Ces documents seront mis à jour régulièrement et feront partie des publications du nouveau ministère. Je souhaite que ces profils soient utiles à tous ceux que l'expansion industrielle du Canada intéresse et qu'ils servent de base aux discussions sur l'évolution, les perspectives et l'orientation stratégique de l'industrie.

Ministre

Canada

1. Structure et rendement

Structure

L'industrie des appareils électroménagers regroupe les fabricants de réfrigérateurs, de cuisinières, de machines à laver, de sécheuses, de lave-vaisselle, de congélateurs, de fours à micro-ondes, de climatiseurs, d'humidificateurs et de déshumidificateurs. Les produits de même catégorie destinés aux marchés commercial et industriel ne sont pas traités dans ce profil.

En 1986, les expéditions canadiennes de ce secteur se chiffraient à 913 millions de dollars, dont environ 88 p. 100, soit 804 millions, étaient destinés au marché intérieur. Les 12 p. 100 restants, soit 109 millions, sont allés principalement aux États-Unis et en Grande-Bretagne.

La même année, les importations, surtout les fours à micro-ondes et les réfrigérateurs non fabriqués au Canada, soit les modèles de luxe et les petits modèles (de 0,05 à 0,14 m^3), atteignaient 423 millions de dollars. Elles provenaient surtout des États-Unis, 57 p. 100, et du Japon, 30 p. 100.

Le marché canadien des appareils électroménagers est évalué actuellement à 1,2 milliard de dollars. Depuis 1980, il croît lentement mais régulièrement de 2 à 5 p. 100 par an, sauf en 1982, où il a connu une récession marquée. Tout au long de cette période, la part du marché intérieur détenue par les producteurs canadiens s'est maintenue à environ 66 p. 100.

Dans cette industrie, les nouveaux produits sont rares, de même que les améliorations spectaculaires aux produits déjà offerts, le four à micro-ondes étant la seule innovation survenue ces 15 dernières années. En outre, comme le marché est saturé — 99 p. 100 des ménages possèdent un réfrigérateur et une cuisinière, 77 p. 100, une machine à laver et une sécheuse, 57 p. 100, un congélateur — la survie de cette industrie dépend de 2 facteurs, soit le remplacement des appareils en service et la construction résidentielle, qui représentent respectivement 60 et 40 p. 100 du marché.

Ces proportions sont à peu près constantes depuis 10 ans. L'évolution du marché de remplacement est assez facile à prévoir, la durée de vie de ces appareils étant en moyenne de 15 à 20 ans. Par contre, celle du marché des mises en chantier l'est moins, car elle repose sur divers facteurs économiques qui peuvent changer rapidement.

Cette industrie fait appel aux réseaux de distribution habituels pour commercialiser ses produits. Le marché de remplacement compte avant tout sur les grands magasins et les détaillants indépendants. Ces établissements, qui offrent tous un service après-vente, sont approvisionnés directement par les fabricants. Quant au secteur de la construction résidentielle, où le prix est l'élément déterminant, les distributeurs spécialisés dans les commandes en gros le servent en concurrence avec les fabricants. En outre, les distributeurs locaux se chargent de remplacer les appareils pour les propriétaires ou les gérants d'immeubles résidentiels, selon les besoins.

Industrie, Sciences et Technologie Canada
Industry, Science and Technology Canada

L'industrie canadienne regroupe 9 fabricants, soit 3 grandes sociétés qui produisent une gamme complète d'appareils et 6 entreprises de moindre envergure fabriquant un éventail limité de produits. Les 3 grandes sociétés, toutes des filiales de fabricants étrangers, dominent les expéditions intérieures, avec 60 p. 100 du marché. Elles exploitent 9 usines au Canada, dont 3 au Québec et 6 en Ontario. Les 6 autres entreprises, de propriété surtout canadienne, possèdent 8 usines, dont 7 en Ontario et 1 en Colombie-Britannique, qui détiennent ensemble 6 p. 100 du marché canadien.

Malgré les investissements importants dont elles ont fait l'objet ces dernières années, les usines canadiennes soutiennent mal la concurrence des usines des grandes sociétés américaines ou européennes, qui produisent en grande quantité et disposent de matériel hautement automatisé. En 1986, l'industrie canadienne employait 9 000 travailleurs, semi-qualifiés pour la plupart.

Les activités des installations canadiennes se limitent généralement au façonnage et à l'estampage des tôles ainsi qu'a l'assemblage des appareils. Tous les composants — pièces en acier, moteurs électriques, commandes — sont achetés à des fournisseurs canadiens, à l'exception des compresseurs, qui sont importés.

Rendement

Parmi les principaux facteurs influant sur le rendement de ce secteur, citons les coûts de production ainsi que la consommation d'énergie et le style des appareils fabriqués. De 1980 à 1986, les investissements au chapitre de la construction, de la modernisation des locaux et de l'équipement sont passés de 19 à 36 millions de dollars par an, tandis que le nombre d'employés tombait de 13 824 à environ 9 000 personnes, ce qui témoigne du succès des initiatives de l'industrie pour rationaliser ses activités. De 1980 à 1984, dernière année pour laquelle des statistiques sont disponibles, les bénéfices après impôts de ce secteur sont passés de 0,5 à 4,2 p. 100 des expéditions. Tout au long des années 80, cette industrie a conservé sa part du marché, soit 66 p. 100, grâce à la faible consommation d'énergie de ses produits et à leur conception esthétique.

En 1986, cette industrie semblait en pleine transformation. De 1985 à 1986, les exportations ont grimpé de 56 p. 100, tandis que la part des importations est passée de 27,4 à 34,5 p. 100. L'augmentation des exportations résulte des initiatives de plusieurs entreprises canadiennes qui ont réussi à pénétrer des créneaux précis comme les congélateurs, les réfrigérateurs de certaines dimensions et les grands modèles de sécheuses. Quant à la hausse des importations, elle découle de la popularité des modèles américains et japonais de fours à micro-ondes. Il est difficile de déterminer s'il s'agit là d'un phénomène passager ou de l'amorce d'un changement fondamental.

2. Forces et faiblesses

Facteurs structurels

La compétitivité de ce secteur repose sur l'envergure, la spécialisation, l'automatisation des installations ainsi que la facilité d'approvisionnement en pièces et l'accès aux marchés.

Bien que 5 fois moins grandes que les usines américaines, les principales usines canadiennes sont suffisamment importantes pour réaliser des économies d'échelle appréciables si elles se limitent à un seul produit. A l'heure actuelle, 75 p. 100 des usines américaines ne fabriquent qu'un seul produit, alors que la majorité des usines canadiennes en fabrique plusieurs. Les fabricants canadiens qui se sont implantés avec succès aux États-Unis sont en général spécialisés dans une seule gamme de produits comme les congélateurs ou les climatiseurs.

Les usines canadiennes sont peu automatisées. Cette situation est due à leur faible envergure, à la diversification du marché canadien et au fait que les filiales canadiennes des sociétés américaines n'ont pas accès au vaste marché américain.

La plupart des fabricants américains s'approvisionnent en matières premières dans un rayon de moins de 200 km de leurs usines et ont lancé un programme de réduction des stocks fondé sur le principe du respect des délais de livraison. Au Canada, les réseaux d'approvisionnement sont plus étendus, surtout pour les éléments à valeur élevée comme les compresseurs, habituellement importés.

Le système de distribution américain est plus diversifié que son équivalent canadien. Les grands fabricants comme Whirlpool et General Electric Company ont leurs propres marques, points de vente et réseaux de distribution. En outre, un grand nombre de magasins de détail s'approvisionne directement auprès des fabricants.

En règle générale, les entreprises canadiennes n'ont pas accès aux réseaux de commercialisation des grands fabricants américains, soit parce que leur société mère américaine les exclut du marché américain, soit parce qu'elles fabriquent un produit qui concurrence directement ceux de la société américaine. Au Canada, les grands magasins vendent la majorité des appareils électroménagers sous leurs marques et par l'intermédiaire de leurs propres réseaux de distribution, qu'ils mettent toutefois à la disposition de tous les fabricants.

Malgré ses lacunes, l'industrie canadienne compte un certain nombre d'atouts. Comme il a été mentionné plus haut, les importants investissements consacrés à la construction ou à la modernisation des usines et du matériel, de même que le regroupement des installations de production, ont entraîné une hausse de la productivité. En outre, les fabricants ont mis en place un programme de R-D axé sur la qualité et les économies d'énergie tout en mettant l'accent sur l'esthétique.

Facteurs liés au commerce

Le Canada impose actuellement des tarifs douaniers de 12,5 p. 100 sur la plupart des appareils électroménagers importés, et un tarif de 8 p. 100 sur les produits provenant de la Corée du Sud. Aux États-Unis, les tarifs varient de zéro pour les cuisinières électriques à 5,1 p. 100 pour les sécheuses. Dans la CEE, ils oscillent de 3,8 à 5,1 p. 100, alors qu'au Japon, ils se montent à 2,2 p. 100.

Bien que les États-Unis et le Canada exigent que ces appareils répondent à leurs normes respectives en matière d'électricité et de sécurité, aucune barrière non douanière importante n'entrave le commerce de ces produits entre les 2 pays.

Les exportations vers l'Europe sont soumises à des barrières non douanières telles que des vérifications de sécurité très poussées et de lourdes formalités d'approbation. Par ailleurs, le marché japonais est pratiquement fermé aux importations en raison de mesures protectionnistes et de normes électriques extrêmement complexes dont le respect nécessiterait une modification presque complète de l'appareil.

L'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis prévoit l'élimination des droits de douane sur 10 ans. En vertu des règles d'origine révisées, 50 p. 100 des coûts directs de fabrication devront avoir été engagés au Canada ou aux États-Unis pour que les exportations soient admises en franchise.

Facteurs technologiques

Les fabricants canadiens utilisent une technologie comparable à celle employée par leurs concurrents américains. Comme le marché nord-américain n'accepte pas aussi facilement que le marché européen les appareils électroménagers de luxe munis de commandes électroniques ultraperfectionnées, les fabricants nord-américains n'ont pas encore intégré à la plupart de leurs produits ces commandes mises au point en Europe.

Ces dernières années, l'industrie canadienne a investi des sommes considérables dans la modernisation de ses méthodes de production, ce qui lui a permis d'abaisser ses prix de revient et d'augmenter son rendement global. Toutefois, ces améliorations, apportées en fonction du marché canadien, seraient bien insuffisantes pour permettre à cette industrie de livrer concurrence aux entreprises américaines sur un marché s'étendant à la grandeur du continent.

3. Évolution de l'environnement

Pour l'industrie canadienne, 2 tendances sont à noter : l'amélioration des procédés de fabrication et le regroupement de certains grands fabricants. Étant donné la surcapacité qui en découle et la saturation du marché intérieur, les fabricants canadiens s'emploient à augmenter leurs exportations, seul moyen d'écouler leur surplus.

Les producteurs ont accru sensiblement leurs activités de R-D, axées notamment sur la conception du produit et la mise au point de commandes informatisées. Il devrait en résulter d'importantes modifications aux produits actuels.

L'Accord de libre-échange, qui ouvrira un marché plus vaste aux fabricants canadiens, devrait avoir une influence profonde sur cette industrie. Pour exploiter les nouveaux débouchés qui s'offriront à elle et rester compétitive à l'échelle nord-américaine, celle-ci devra investir des sommes considérables tant dans l'acquisition de matériel que dans l'amélioration de sa technologie. Il en résultera probablement une diminution de la gamme des produits fabriqués de même qu'un vigoureux effort d'augmentation des exportations.

4. Évaluation de la compétitivité

Sans l'actuel tarif douanier de 12,5 p. 100, l'industrie canadienne des appareils électroménagers ne peut concurrencer celle des États-Unis dans un contexte nord-américain. Dominée par un groupe d'usines-succursales qui vendent divers produits sur un marché intérieur saturé et offrant peu de possibilités d'expansion, elle doit, pour survivre, pouvoir s'adapter à l'internationalisation de son marché. Les petites entreprises spécialisées de propriété canadienne sont déjà compétitives sur le marché nord-américain.

L'Accord de libre-échange forcera sans doute cette industrie à rationaliser ses activités à l'échelle nord-américaine et à devenir compétitive sur le plan international. Dans toute l'industrie, servir une grande partie du marché nord-américain à partir d'un seul établissement entraîne des frais de transport élevés, ce qui ne devrait toutefois pas représenter un obstacle important. A l'issue de la période d'adaptation de 10 ans, cette industrie sera sans doute compétitive à l'échelle mondiale.

Pour de plus amples renseignements sur ce dossier, s'adresser à :

Matériel du transport de surface et machinerie
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Appareils électroménagers
235, rue Queen
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5

Tél. : (613) 954-3321

PRINCIPALES STATISTIQUES — CTI 332

	1971	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Établissements	33	67	34	26	24[e]	24[e]	22[e]
Emplois	11 895	12 843	9 872	10 719	9 000[e]	8 500[e]	9 000[e]
Expéditions*	349	877	737	924	906	912	913
Produit intérieur brut**	266	356,6	261,5	294,8	264,8	262,2	272,5
Investissements*	6,4	14,8	14,8	24,7	36,7	38,4	35,8
Bénéfices après impôts*	6,0	13,2	19,5	50,9	38,5	n.d.	n.d.
(en % des expéditions)	1,7	1,5	2,6	5,5	4,2	n.d.	n.d.

STATISTIQUES COMMERCIALES

	1971	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Exportations*	9,8	67,0	57,3	66,1	67,5	70,0	109,4
Réexportations*	0,6	1,4	1,6	1,2	1,8	1,2	2,8
Expéditions intérieures*	339,2	810,0	679,7	857,9	838,5	842,0	803,6
Importations*/***	73,1	220,1	167,4	214,0	264,3	317,7	423,3
Marché intérieur*	412,3	1 030,1	847,1	1 071,9	1 102,8	1 159,7	1 226,9
Exportations (en % des expéditions)	2,8	7,6	7,8	7,2	7,5	7,7	12,0
Importations (en % du marché intérieur)	17,7	21,4	19,8	20,0	24,0	27,4	34,5

Source des importations[e] (en %)		É.-U.	Japon	Taiwan	Corée du Sud
	1981	77	22	—	1
	1982	65	29	4	2
	1983	68	26	4	2
	1984	67	27	4	2
	1985	63	27	5	5
	1986	57	30	1	12

Destination des exportations[e] (en %)		É.-U.	G.-B.	Australie	Arabie Saoudite
	1981	78	12	4	6
	1982	83	9	5	3
	1983	90	6	3	1
	1984	91	4	2	3
	1985	94	3	2	1
	1986	90	7	2	1

RÉPARTITION RÉGIONALE — Moyenne des 3 dernières années

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.
Établissements (en %)	—	30	67	—	3
Emplois (en %)	—	31	68	—	1
Expéd[illegible]s (en %)	—	31	68	—	1

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Propriété	Emplacement
Camco Inc.	49,5 % canadienne 50,5 % américaine	Montréal (Québec) Hamilton (Ontario) Orangeville (Ontario)
Inglis Limitée	29 % canadienne 71 % américaine	Montmagny (Québec) Toronto (Ontario) Port Credit (Ontario) Cambridge (Ontario)
W.C.I. Canada Limitée	100 % suédoise	L'Assomption (Québec) Cambridge (Ontario)
W.C. Wood Company Limited	100 % canadienne	Guelph (Ontario)
I.C.G. KeepRite Inc.	100 % canadienne	Brantford (Ontario)
General Freezer Limited	100 % canadienne	Woodbridge (Ontario)

e Estimations.
* Les montants indiqués sont exprimés en millions de dollars.
** Les montants indiqués sont exprimés en millions de dollars constants de 1981.
*** Comprend les composantes et les machines à coudre.

Les données utilisées dans ce profil proviennent de Statistique Canada.